

はじめに

この教科書の目的

《経済学は難しい!?》 この教科書は、ミクロ経済学の最初の一步をわかりやすく説明することを目指して作りました。「これだけ読めばミクロ経済学のすべてがわかる!」といった百科事典のような本ではなく、本格的なミクロ経済学の教科書を読み始めるよりも前に、とりあえず目を通しておくとその後の勉強が楽になるような、気軽に読める一冊にしたいと思って書いた本です。

経済学は、とても面白いし、実際に役に立つ学問です。しかし、学ぶのが難しいと感じる人が多い学問でもあります。

なぜ多くの人が「経済学は難しい」と感じるのでしょうか? どうすればもっと簡単に理解できるのでしょうか?

経済学が難しいことの理由はいくつか考えられます。これまでに経済学を勉強したことがある学生に「なぜ難しいと感じたのかな?」と聞いてみたところ、

- 数式や図を使うから
- 教員の教え方が悪いから
- 教科書が難しいから

といった予想したとおりの答えが返ってきました。そこで本書では、これらの問題にできるだけ対処することにしました。

《数式は最低限だけ》 まずは数学を使うという点が大きいようです。微分や積分の式などが出てくると「もう無理!」という人もおそらくいるでしょう。そこで、この教科書では、簡単な計算以外は使わないことにしました。「足す・引く・掛ける・割る」という四則演算と、図形の面積を求める以外の計算は登場しません。その代わりに、図をたくさん使って説明します。

《一人でも読み進められるように》 次に大学教員の教え方が悪いという理由についてです。もちろん教え方が上手な先生も多いはずですが、なぜあまり上手で

はない先生がいるのでしょうか？

もしかしたら、大学の教員になるような人は、経済学的な考え方を最初から容易に理解できる人だったということがその理由なのかもしれません。自分にとっては簡単だったので、困っている学生がいても、なぜわからないのか、またどこでわからなくなるのかがわからない、そんな可能性もあります。

そこでこの教科書では、とりあえずは皆さんが一人でも勉強できるように、基礎中の基礎のところをできるだけ細かく説明することにしました。この教科書の内容を理解した上で先生の話をもう一度聞くと、「なんだ、そういうことだったのか！」とを感じるはずです。

《引っかけやすい点を丁寧に》 それでは教科書が難しいのはなぜでしょうか？それは、多くの教科書の説明が丁寧ではないことが理由だと私は考えています。これはページ数の制約などもあって、仕方がない面もあるのですが、話の前提となっていることをあまり詳細に書いていない教科書も多いのです。

そこでこの教科書では、扱う内容をかなり限定してしまう代わりに、できるだけ説明を省かずにわかりやすく記述することを心がけました。特に、経済学をはじめ勉強する人が引っかけやすいポイントについては注意して解説しています。

《最初の一步のお手伝い》 この教科書では、ミクロ経済学を最初に学ぶ上で最低限必要となる内容に限定して説明をしています。例えば、リングとミカンという複数の商品があるときに、お客さんがどちらを買うのか、または両方をバランスよく買うのかといった問題は、普通の教科書では当たり前のように登場するのですが、本書では少ししか扱いません。複数の商品が出てくると話の本質がわかりにくくなるので、特定の商品（例えばリング）の売買だけに注目して、その商品の売り手と買い手の関係についてのみ考えていきます。

ミクロ経済学を学ぶ上で、この一冊は、あくまで足掛かりに過ぎません。入門編である本書に続いて、初級・中級レベルの教科書を使ってミクロ経済学をさらに深く学ぶことをお勧めします。それにより、その先にある多彩な応用分野についても容易に理解できるようになるはずです。

本書を通じて、皆さんが経済学を学ぶ最初の一步のお手伝いできれば、私もとても嬉しいです。それでは一緒に勉強しましょう！

この教科書を作成するにあたって

この教科書は、私が政策研究大学院大学で 2009 年度から担当している「政策分析のためのミクロ経済学 I・II」の講義資料をもとに、大幅に加筆修正するかたちで作成しました。もちろん大学院での講義では、90 分間の講義を全部で 30 回実施することから、より多くのトピックを扱いますが、本書はその最初の部分をまとめたものです。

この教科書を作成するにあたり、政策研究大学院大学と東北大学公共政策大学院の学生の皆さんから受けた質問やコメントは、大変参考になりました。またこの教科書の草稿を、東京大学の尾山大輔さん、大阪市立大学の北原稔さん、小樽商科大学の中島大輔さんに、忙しい時間を割いて目を通していただき、改善すべき点を数多く指摘してもらいました。そして有斐閣の担当編集者である渡部一樹さんと尾崎大輔さんには、多方面にわたる的確なアドバイスをいただきました。ここに記して感謝します。

2013 年 11 月

安藤 至大

安藤 至大（あんどう むねとも）

日本大学総合科学研究所准教授

1976年生まれ。1998年3月、法政大学経済学部経済学科卒業、2003年3月、東京大学大学院経済学研究科博士課程単位取得退学、2004年3月、東京大学博士（経済学）。東京大学大学院経済学研究科附属日本経済国際共同研究センター研究機関研究員、政策研究大学院大学助手、同助教授、日本大学大学院総合科学研究所助教授を経て現職。専門は、契約理論、労働経済学、法と経済学。

主な著作

『これだけは知っておきたい働き方の教科書』（ちくま新書）筑摩書房、2015年。

「民法改正の不動産取引への影響——『法と経済学』の視点から」『日本不動産学会誌』Vol. 27, No. 2, 2013, pp. 29–34.

「労働者保護の必要性と手段」『日本労働研究雑誌』No. 624, 2012, pp. 46–54.

“Intergenerational conflicts of interest and seniority systems in organizations,” (with Hajime Kobayashi), *Journal of Economic Behavior and Organization*, Vol. 65, No. 3–4, 2008, pp. 757–767.

“Division of a contest with identical prizes,” *Journal of the Japanese and International Economies*, Vol. 18, No. 2, 2004, pp. 282–297.

“A model of a spatial economy with trading posts,” (with Daisuke Oyama), *Economics Bulletin*, Vol. 18, No. 1, 2002, pp. 1–11.

読者へのメッセージ

この教科書は、ミクロ経済学の最初の一步をわかりやすく説明することを目指して作りました。皆さんが一人でも勉強できるように、基礎中の基礎のところを丁寧に説明しています。基本となる考え方をしっかりと身につけることができれば、さまざまな現実の問題に応用できるようになります。それでは一緒に勉強しましょう！

目次

はじめに	i
この教科書の使い方	iv

第 部

ミクロ経済学の考え方

CHAPTER

1

ミクロ経済学とは？

2

交換の利益を最大限に実現させる方法を考える！

- 1 価格と価値の違い 3
価格とは？ (3) 価格と価値は違う (3) 価値とは？ (4)
- 2 財・サービスを買う 5
なぜその財を買うのか？ (5) なぜ他の財ではなく、缶コーヒーを買ったのか？ (7)
- 3 合意に基づく交換 8
売り手の視点から見ると？ (8) 売り手と買い手 (9) 交換の利益 (10) 当事者の合意とは？ (11) 人によって価値が違うということ (12)
- 4 交換の利益と余剰 13
消費者余剰、生産者余剰、総余剰 (13) 余剰の発生と金銭の増加の違い (13) より大きな余剰が得られる選択をする (15)
- 5 価格の決まり方 16
価格は誰が決める？ (16) 相場の価格 (16) 相場の価格がないことも (18)
- 6 ミクロ経済学の目的 19
交換の利益を最大限に実現させる (19) 本来の目的とは？ (19) 政府の役割 (20)

- 1 個人の選択と効用の最大化 27
満足度の最大化 (27) 四つのキーワード (28)
- 2 人はインセンティブに反応する 29
アメとムチによる動機付け (29) 固定給の場合 (30) 歩合給の場合 (31) インセンティブを考えた制度設計 (32)
- 3 人々はトレードオフに直面している 33
トレードオフとは？ (33) 公共事業プロジェクトの選択 (34)
- 4 機会費用に注目する 36
機会費用とは？ (36) なぜ機会費用を考えるのか？ (36) 機会費用と超過利潤 (38)
- 5 人は限界的な部分を見て意思決定を行う 40
限界的とは？ (40) デパートの営業時間 (41)

- 1 完全競争市場とは？ 49
理想的な環境から考える (49) 完全競争市場の前提条件 (49)
- 2 財・サービスと市場 51
特定の財・サービスとは？ (51) 市場とは？ (52)
- 3 需要曲線 54
価格と需要量の関係を見る (54) 需要曲線を連続的に描く (56)
需要曲線を直線的に描く (57) 需要曲線の縦軸と横軸に注意 (57)
価格の変化と支出の変化 (59) 個人の需要量を足し合わせる (60)
賃金の上昇と需要曲線の変化 (62) 好みの変化と補完財・代替財の価格変化 (63)
- 4 供給曲線 65
個々の生産者の供給曲線 (65) 市場全体の供給曲線 (67) 供給曲線の変化 (68)

- 1 需要と供給の組み合わせ 75
 需要曲線と供給曲線の図を横に並べる (75) 超過需要と超過供給 (75) 図を重ね合わせると (77) 市場均衡点 (78)
- 2 需要曲線と消費者余剰 79
 消費者にとっての価値と個人の需要曲線との関係 (79) 所得効果 (81) 取引価格と消費者余剰 (82)
- 3 供給曲線と生産者余剰 84
 供給曲線の意味 (84) 取引価格と生産者余剰 (85) 原材料費がかかるとき (87) 固定費用がかかるとき (87)
- 4 完全競争市場の効率性 89
 市場均衡の性質 (89) 効率的な結果を実現させるためには何が必要か？ (91)
- 5 市場均衡点の変化 92
 需要曲線の変化 (92) 価格が実際には変化しない場合もある (93) 消費者余剰と生産者余剰の変化 (94)
- 6 ここまでのまとめ 96
 理想的な取引環境について考えることの意味 (96) 今後の進め方 (97)

- 1 価格規制 103
 バグЕТの価格規制 (103) 価格規制と超過需要 (103) 価格規制によって発生する死荷重 (転売ができる場合) (105) 価格規制によって発生する死荷重 (転売ができない場合) (106) 価格規制による質の低下 (108) 価格の下限規制 (109) 望ましい施策とは？ (110) 価格規制が必要な状況も (110)
- 2 参入規制 111
 参入規制とは？ (111) 参入規制の影響 (112) かわいそうな人を助けるためには？ (115)
- 3 税金と補助金 115
 課税の目的 (115) 生産者に課される従量税 (116) 課税による余剰の変化 (118) 消費者側への課税 (119) 従価税 (120) 補

助金（122） 補助金による余剰の変化（123） 非効率が発生する理由とは？（124）

第3部

市場の失敗と政府の役割

CHAPTER 6

市場の失敗と政府の役割

130

どのようなときに市場取引への介入が必要なのか？

- 1 市場の失敗とは？ 131
完全競争市場の前提条件（131） 市場の失敗（132）
- 2 市場の失敗と政府による介入の例 133
不完全競争（133） 外部性がある（134） 公共財（136） 情報の非対称がある（136） 取引費用が大きい（137）
- 3 市場の失敗と政府の失敗 138
政府による規制や介入の根拠（138） 完全統制経済と無政府状態（139）

CHAPTER 7

独 占

143

独占はなぜ問題なのか？

- 1 独占とは？ 144
不完全競争（144） 生産者が独占の場合（145）
- 2 独占の定義 147
財・サービスの唯一の供給者であること（147） 密接な代替財が存在しないこと（148） 独占企業は何を知っているのか？（149）
- 3 独占企業による利潤最大化行動 150
収入と機会費用（150） 限界収入と限界費用（151） 生産量に応じた収入と機会費用の変化（152） 超過利潤を最大にする生産量とは？（153）
- 4 独占はなぜ問題なのか？ 155
独占企業が超過利潤を最大化するときの総余剰とは？（155） 社会的に最適な生産量との比較（155） 独占の問題を緩和するため（157）

- 1 外部性とは? 161
技術的外部性 (161) 外部性が発生するのはなぜか? (161) 金銭的外部性 (162)
- 2 コースの定理と効率的な結果の実現 163
「加害者」と「被害者」の事前交渉 (163) コースの定理と権利の初期配分 (165) コースの定理の意味 (168) 市場不成立による外部性 (168)
- 3 波及効果による外部性 170
正の外部性と負の外部性 (170) 生産に負の外部性がある場合 (172) 私的費用と社会的費用 (173) 私的費用のみを考えるとときの市場均衡とは? (174) 社会的に最適な生産量とは? (175) 課税による問題の解決 (176)
- 4 生産の正の外部性と消費の正・負の外部性 177
生産に正の外部性がある場合 (177) 消費に外部性がある場合 (178)
- 5 外部性の問題を解決・軽減するための取り組み 179
政府による取り組み (179) 税金や補助金以外の方法 (180) 何もしないという選択も (180)

- 1 公共財とは? 184
非競合性 (184) 非排除性 (185) 公共財の例 (185) 準公共財とは? (186)
- 2 公共財の効率的な活用 187
利用が競合しない財・サービスの効率的な活用方法 (187) 公共財の供給とフリーライダー問題 (189)
- 3 公共財供給の決定 190
費用便益分析の必要性 (190) 「便益－費用」と「便益/費用」の違い (191) なぜ需要予測は外れるのか? (192)

CHAPTER 10

情報の非対称

196

取引に必要な情報を知っている人と知らない人がいると？

- 1 情報の非対称 197
 情報が非対称であるとは？ (197) 逆淘汰 (198) モラルハザード (201)
- 2 当事者による情報の非対称への対策 202
 当事者たちにできること (202) スクリーニング (202) シグナリング (204) モニタリング (206) インセンティブ契約 (207) 長期的関係の構築と評判 (208)
- 3 情報の非対称に対処するための政府の取り組み 209
 情報公開の義務化 (209) 資格制度 (209)

CHAPTER 11

取引費用

212

取引を円滑に行うために！

- 1 取引費用とは？ 213
 取引相手を見つけるための費用 (213) 契約を結ぶための費用 (213) 4種類の市場の失敗と取引費用の関係 (214)
- 2 政府による取引費用の軽減策 216
 政府に何ができるのか？ (216) 交通の整備による余剰の増加 (216)

第

4部

ゲーム理論

CHAPTER 12

ゲーム理論と制度設計

222

戦略的状況を考える！

- 1 ゲーム理論とは何か？ 223
 戦略的状況 (223) 最適な行動とは？ (224)
- 2 ゲームの構成要素 225
 戦略的状況を把握する (225) ゲームの構成要素 (226)

3	銀行強盗の容疑者たち	227
	容疑者と捜査員 (227) ゲームの戦略型による表現 (228)	
4	ナッシュ均衡	229
	ナッシュ均衡の意味 (229) ナッシュ均衡の見つけ方 (230)	
5	司法取引と囚人のジレンマ	233
	司法取引の導入 (233) 課徴金減免制度 (234) ゲーム理論と制度設計 (235)	
6	ゲーム理論の発展	236
	ゲーム理論の発展 (236) ゲーム理論の経済学への応用 (237)	
おわりに		241
索引		245

本文イラスト：有留ハルカ

Column ● コラム一覧

① 記号や数式を用いた表現について	22
② ゼロサムでなくプラスサム	24
③ なぜミクロ経済学を学ぶのでしょうか？	44
④ ここに注意！ 教科書によって異なることがある専門用語の使い方	44
⑤ 貨幣の役割	70
⑥ ここに注意！ 図を描くとき読むときの注意点	72
⑦ 余剰の計算方法	98
⑧ 生産者余剰はどこへ行く？	100
⑨ 機会費用を考える	126
⑩ 税金の使い道	127
⑪ 政府の失敗	141
⑫ 市場の失敗と個人の失敗	141
⑬ 独占と X 非効率性	158
⑭ 建築物の外部性	182
⑮ 公共財と外部性の関係	195
⑯ なぜ努力ではなく成果に基づいて給料が支払われるのか？	211
⑰ 法律における強行規定と任意規定	218
⑱ 違法駐輪を減らすためには	238

本書のコピー、スキャン、デジタル化等の無断複製は著作権法上での例外を除き禁じられています。本書を代行業者等の第三者に依頼してスキャンやデジタル化することは、たとえ個人や家庭内での利用でも著作権法違反です。

第 1 部

ミクロ経済学の考え方

PART

CHAPTER	1	ミクロ経済学とは？
	2	個人の選択を考える
	3	
	4	
	5	
	6	
	7	
	8	
	9	
	10	
	11	
	12	

ミクロ経済学とは？

交換の利益を最大限に実現させる方法を考える！

INTRODUCTION

この章では、ミクロ経済学の基本的な考え方を紹介します。まず、物の価格と価値とは同じではないことを確認します。そして、自分の物と他人の物とを（両者が合意の上で）交換するとき、それにより両者ともに満足度が増えること、つまり交換の利益が生まれるということを理解しましょう。

続いて、ミクロ経済学の目的とは何かを説明します。それは交換の利益を最大限に実現させることです。ミクロ経済学では、この目的を達成するためには、市場における人々の自発的な取引と政府による取引への規制・介入との間で、どのような役割分担をすればよいのかを考えていきます。

1 価格と価値の違い

価格とは？

これからミクロ経済学について一緒に学んでいきましょう。まず、物の価格と価値とは同じではないことについて確認するところから始めます。「そんなの当たり前だ！」と思う人がいるかもしれません。しかし、実はこのことをきちんと理解するのが最初の一步としてはとても重要なのです。

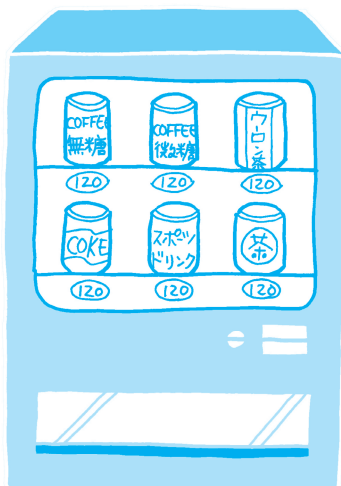
①のイラストを見てください。この自動販売機では、缶コーヒーやウーロン茶などさまざまな飲み物が120円で販売されています。このとき例えば缶コーヒーを手に入れたければ、私たちは120円を支払う必要があります。この120円というのが**価格**です。

なお売買を行う際に、買い手が支払う金額のことを指す言葉としては、価格だけでなく、値段や代金などといった別の表現もあります。しかし、これらは同じ意味だと考えて、この教科書では価格という表現を使うことにします。

価格と価値は違う

この自動販売機で売っている缶飲料の価格はどれも120円です。ところで皆さんは、のどが乾いているとしたらどの商品が欲しいですか？

ここで大事なのは、**価格**が同じだからといってどれもよいわけではないという点です。それは人には好みがあるからです。例えば、缶コーヒーは苦手ですが、ウーロン茶ならば飲みたいという人がいるかもしれません。また同じ缶コーヒーでも、無糖の商品でなければイヤだという人もいるでしょう。



①自動販売機

この例からわかるのは、複数の商品の**価格**が同じでも、消費者（＝物やサービスなどの最終的な買い手であり、実際に使って楽しむ人のこと）にとっての**価値**は同じではないということです。「コーヒーでもウーロン茶でも、どちらでもよい」といったように、たまたま一致することがあるかもしれませんが、そんな偶然はなかなか起こりません。

価格と価値とは同じではないということを考えるとき、他にもさまざまな例を挙げることができます。ゲームソフトを買うときに、価格が同じならばどのソフトでもよいわけではありません。また、のどが渴いているときにコンビニに入ったとします。このときペットボトルのお茶と鮭のオニギリが仮に同じ150円だったとしても、その価値は違うはずです。

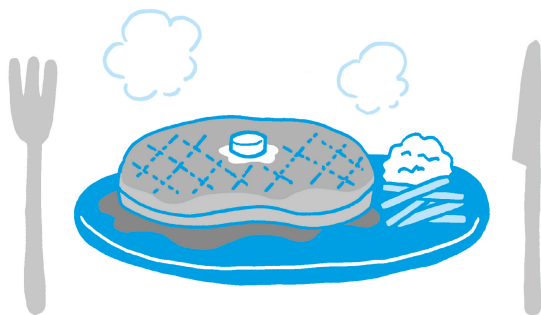
価値とは？

それでは価値という言葉が何を指しているのかについて、もう少し丁寧に考えてみましょう。②のイラストを見てください。とても美味しそうなステーキが描かれています。あなたなら、このステーキにいくらまで支払えますか？

その金額は人によって違うはずです。「1000円までなら支払ってもよいが、1000円を超えたら高すぎる」という人もいるでしょうし、「これなら2000円くらい支払ってもよい」と考える人もいるでしょう。

経済学では、物の価値とは、その物に対して現時点で支払ってもよいと考える上限の金額であると考えます。これを**支払意思額**といたりもします。

先ほど説明したように、物の価値とは、その物を実際に購入する際に支払う



②美味しそうなステーキ

金額である価格とは違います。そして、物の価値は人によっても異なりますし、同じ人でも時と場合によって変わります。

例えば、世の中には、ステーキが好きな人もいれば苦手だという人もいます。また、いくらステーキが好きな人でも、3日間連続でステーキを食べたら、次の日は「もう飽きたし、食べたくない」と思うでしょう。このとき初日に支払ってもよいと考えた上限の金額よりも低い金額しか支払いたいとは思わないはずです。そして、体調が悪いときにも、高い代金を支払ってステーキを食べたいとは思わないでしょう。消化によいお粥などを選ぶのではないのでしょうか。

また同じ物を一つではなくいくつか買うことを考えたとき、1個目と2個目では価値が異なるでしょう。例えば、お腹が空いているときにステーキを食べることを考えても、1枚目のほうが2枚目よりも価値が高いと思われます。

さて、私たちが対価を払って手に入れようとするのは、目に見えて手に取れる品物だけではありません。さまざまなサービスや知識・アイデアなども取引の対象になります。例えば缶コーヒーは品物ですが、美容院で髪を切ってもらうのはサービスです。またレストランでは、食べ物とサービスの両方が提供されます。そこで取引の対象となるものを総称して、**財・サービス**と呼ぶことにします。

CHECK POINT

- 1 価格と価値は同じではありません。価格とは、売買の際に買い手が売り手に対して支払う金額のことであり、価値とは、注目している財・サービスに対して、その消費者が現時点で支払ってもよいと考える上限の金額のことです。
- 2 財・サービスの価値は、人によっても、また同じ人でも時と場合によって変わります。

2 財・サービスを買う

なぜその財を買うのか？

前節では、価格と価値の違いを説明する際に、自動販売機で売られている缶飲料の例を用いました。さて私がこの自動販売機で無糖の缶コーヒーを買った

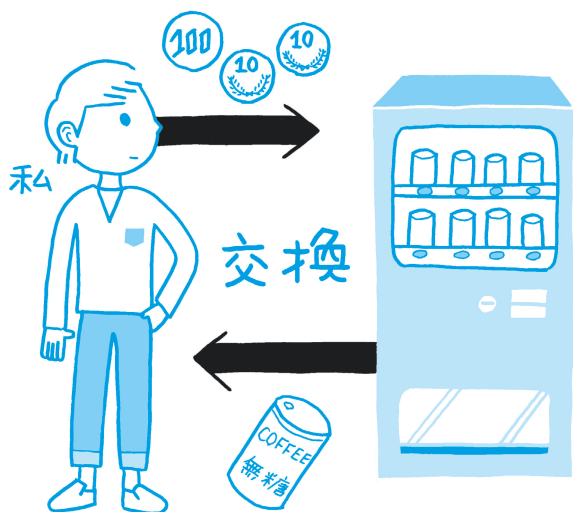
とします。なぜ買ったのでしょうか？「欲しかったから」とか「のどが渴いていたから」といった答えでも間違いではないのですが、ここでは価格と価値の違いに注目して考えてみてください。また、なぜ他の飲み物ではなく缶コーヒーを買ったのかという点についても、同様に考えてみましょう。

まず私が120円を支払って缶コーヒーを買ったということは、120円と缶コーヒーを交換したということです（イラスト③）。そして、誰からも強制されていないし騙されてもいないのであれば、この交換をしたのは、そうしたほうが私にとって得だったからだと考えることができます。

理解を容易にするために、別の例から先に考えてみましょう。例えば、「私の500円玉1枚とあなたの1000円札1枚を交換してください」と私がお願いしたら、あなたはどうしますか？普通なら拒否しますよね。「変な奴がいるぞ」と思って警察に通報するかもしれません（笑）。

これとは逆に、私の1000円札とあなたの500円玉を交換してくださいと持ちかけたら、多くの人が交換してくれるはずです。それは、あなたにとって交換する前よりも後のほうがお金が増えてうれしいからです。

120円と缶コーヒーの交換もこれに似ています。なぜ交換をするのかといえ



③コーヒーと120円の交換

ば、交換する前よりも満足度が増えるからです。

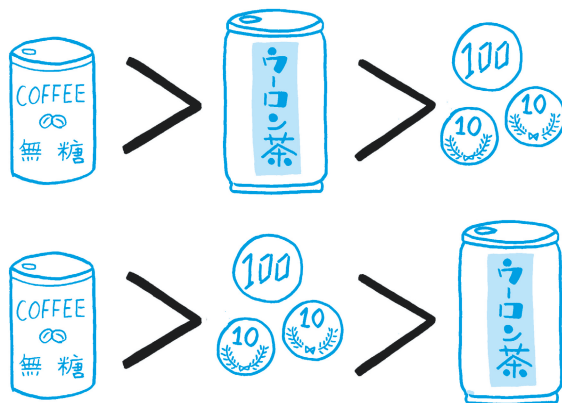
ここでカギとなるのが、先に学んだ価格と価値の違いです。例えば、私が気分転換のために缶コーヒーを1本だけ買おうとしているとき、明確に意識しているかどうかは別にして、例えば150円までといったように、支払ってもよい上限の金額があるはずです。そしてその上限の金額が、缶コーヒーの価格である120円よりも高いからこそ望んで交換しようとするのです。

なぜ他の財ではなく、缶コーヒーを買ったのか？

それでは、ウーロン茶などの他の飲み物ではなく、なぜ缶コーヒーを買ったのかについても考えてみましょう。話を簡単にするために、私にとっての選択肢は、缶コーヒーを買うか、ウーロン茶を買うか、そしてどちらも買わないかの三つだとします。

なぜ私は缶コーヒーを買うことを選んだのでしょうか？ それは、例えば缶コーヒーの価値は150円相当であるのに対してウーロン茶の価値が130円相当だったというように、コーヒーのほうがウーロン茶よりも私にとっての価値が高かったからです。そしてコーヒーの価値である150円が120円という価格よりも高いことも必要です。つまり私にとって、缶コーヒーとウーロン茶と120円の価値は、④のイラストの上側のような関係になります。

では残念なことに缶コーヒーが売り切れだったとしたら、どうするでしょう



④満足度の大小関係

か？ このときはウーロン茶を買います。ウーロン茶を買ったとしても、その価格（120 円）よりも私にとっての価値（130 円相当）が高いので交換によって得をするからです。

せっかくでするので別のケースも考えておきましょう。例えば缶コーヒーの価値は、私にとって上の例と同じく 150 円相当ですが、ウーロン茶の価値は（130 円相当ではなく）110 円相当だったとしましょう。このとき私は缶コーヒーならば買いたいわけですが、缶コーヒーが売り切れていたとしたらウーロン茶は買いません。満足度の大小は④のイラストの下側のような関係になっているため、買ったら損をするからです。

CHECK POINT

- 1 消費者が財・サービスを買うのは、価格よりも価値が高い場合です。
- 2 ある財・サービスを消費者が買わなかった場合には、価格よりも価値が低かったからだと考えることができます。

3 合意に基づく交換

売手の視点から見ると？

前節では、私が缶コーヒーを買うのは、価格を価値が上回るときだと説明しました。それでは買い手側のことだけでなく売り手側についても考えてみましょう。この自動販売機では、なぜ 120 円という価格で缶コーヒーが販売されているのでしょうか？

それは売り手にとっても、缶コーヒーと 120 円を交換することで得できるからです。まず自動販売機では、売り手が一方的に価格を決めます。そして売り手が設定した価格が 120 円だということは、見切り品である等の特別の事情がない限り、その仕入れ値は 120 円よりも安いはずです。例えば仕入れ値が 1 本 80 円だったとすると、缶コーヒーが 1 本売れるたびに、売り手は 120 円から 80 円を引いた差額である 40 円の儲けを手に入れることになります。

ここで「価格を 120 円ではなく、例えば、150 円にすれば、もっと儲けが大

索引

(青字の数字書体は、本文中で重要語として表示されている語句の掲載ページを示す)

● あ 行

アドバースセクション →逆淘汰
インセンティブ 28, 29, 32, 141, 159
——契約 207
エージェント 206
X 非効率 159
お金 →貨幣
オークション 18

● か 行

外部性 (外部効果) 134, 161, 176, 178, 181, 215
——の内部化 176
技術的—— 161
金銭的—— 162
建築物の—— 182
市場不成立による—— 162, 168
正の—— 161, 169, 171, 177, 195
波及効果による—— 162, 170, 172
負の—— 161, 171, 172
価格 3, 16, 54, 65
——支配力 144
均衡—— 76, 78, 92
公定—— 103
市場—— 91, 144
相場の—— 16, 50, 52, 76
取引—— 16, 85
価格規制 103, 108, 111
下限—— 109
上限—— 103
価格差別 149
完全—— 158
第一種—— 158
下級財 63

瑕疵担保責任 210
課税 116, 176
寡占 144
売り手の—— 133
価値 3, 4, 13
課徴金減免制度 234
貨幣 (お金) 14, 70
借り入れ制約 166
カルテル 235
環境税 116
慣習 237
完全競争市場 49, 91, 96, 110, 125, 131
完全統制経済 139
機会の平等 20
機会費用 28, 36, 84, 86, 104, 126, 150, 173, 213
規格の標準化 216
企業 100, 236
技術革新 69
技術的なコントロール (対応策) 180
規制 138
建築基準法による—— 182
行為—— 180
直接的な—— 134
義務化 180
逆淘汰 (アドバースセクション) 199, 201
供給関数 99
逆—— 99
供給曲線 65, 72, 75, 84, 90
——の変化 68
市場全体の—— 67, 116
供給量 65
競合性 184
非—— 184
業績給 211
共有資源 186

均 衡 78, 229
——取引量 78, 90, 92
均衡点 120, 121
——の変化 117, 122
クラブ財 186
契 約 218
ゲーム
——の構成要素 226
——の戦略型 228
——のルール 226, 233, 235
——理論 223, 237
コーディネーション—— 232
静学—— 237
動学—— 237
不完備情報—— 237
限界収入 151, 153
限界的 28, 40, 151
限界費用 151, 187
——曲線 150, 188
私的—— 174, 177
社会的—— 174, 177
限界便益曲線 81, 188
原材料費（原材料価格） 68, 87
権利設定 169
権利の初期配分 167
公 害 172
交 換 6, 70
——の不利益 90, 124
——の利益 10, 13, 89
公共財 136, 184, 185, 195, 215
純粋—— 189
公共事業 34, 127, 190, 194
公共性 136, 187
交 渉 18, 163, 237
行 動 224, 226
——最適な—— 224
効 用 27
効率性（効率的） 91, 113, 188
合理的〔行動〕 27, 142, 224
国際貿易 25
個人の失敗 141

コースの定理 165, 168, 215
固定給 30, 201, 204, 207
固定費用 87, 88, 148

● さ 行

財・サービス 5, 51
——の価値 80
——の質の低下 108
財産権 49
最低賃金制度 109
最適反応 229
再分配 20, 110, 115
サービス 5, 51
参入規制 111, 163
資格認証制度 209
死荷重 105, 113, 118, 120, 121, 124, 156,
176, 188
資金制約 166, 167
シグナリング 204
市 場 20, 50, 52, 131, 162
——均衡点 78, 91, 92, 174
——の失敗 132, 138, 141, 157, 198, 214
私的財 186
支配戦略 234
支払意思額 4, 80, 174
司法取引 233
社会的余剰 →総余剰
従価税 116, 120, 121
囚人のジレンマ 234
収 入 146, 150
従量税 116, 119
需要関数 58
逆—— 98
需要曲線 54, 57, 58, 72, 75, 81, 90, 119, 122,
151
——の形状 149
——の変化 62, 92
市場全体の—— 60, 64
需要予測 192
需要量 54

純便益 191
上級財 63
消費者 54
——余剰 13, 83, 94, 100
消費税 116, 120
情報 50
——公開の義務化 209
——構造 226
——の非対称 136, 197, 206, 209, 215
私的—— 202
所得効果 82
所得税 116
所有権 140
新規参入 113, 162
スクリーニング 202
スピルオーバー 171
税金 115, 127, 179
生産関数 236
生産技術 68
生産者 65
——余剰 13, 86, 88, 94, 100
税収 118
制度設計 32, 235
製品差別化 145
政府 21, 189, 209, 216
——介入 138
——の失敗 139, 141, 157
——の役割 20, 50, 138
セレクションバイアス 193
ゼロサム 24
戦略 224
——的状況 223
——的な相互依存関係 223
最適な—— 230
総余剰（社会的余剰） 13, 89

● た 行

代替財 64
密接な—— 148
ただ乗り →フリーライダー問題

談合 235
超過供給 75
超過需要 76, 103
超過利潤 36, 39, 86, 145, 150, 153, 155
長期的関係 208
賃金 29
適正配置規制 111
手番 226
デポジット制 239
転売 105, 107
独占 144, 158
——企業 145, 149
——禁止法 157, 234
——権 147
——の定義 147
売り手の—— 133, 145
買い手の—— 110
自然—— 134, 148, 186
特許権 147
取引費用 137, 166, 168, 213, 219
トレードオフ 28, 33, 126, 138, 146

● な 行

ナッシュ均衡 229, 230
ネットワーク 187

● は 行

排除可能性 185
ピグー税 176, 179
非排除性 184, 185, 215
費用 36, 213
——便益分析 190
会計上の—— 36
私的—— 173
社会的—— 173
見えない—— 36, 86
評判のメカニズム 208
歩合給 30, 204, 207
不完全競争 133, 144, 214

複 占 144
部分均衡分析 50
ブラスサム 24
フリーライダー（ただ乗り）問題 189
プリンシパル 206
プレイヤー 223, 226
分 配 165
法律（法制度） 219, 233, 237
補完財 64
保 険 204
補助金 110, 122, 178, 179, 189

● ま 行

ミクロ経済学 19, 44, 236
無政府状態 139
モニタリング 206

モラルハザード 201, 206

● や 行

欲望の二重の一致 71
余 剰 13, 19
利 益 36
経済学的な—— 39

● ら・わ行

リスク回避的 207
リスク分担 207
立地選択 223
利 得 226
労働の費用 31
割当のルール 104



有斐閣 ストゥディア

YUHIKAKU

ミクロ経済学の第一歩

First Steps in Microeconomics

2013年12月20日 初版第1刷発行

2016年10月5日 初版第2刷発行

著者	あん 安	どう 藤	むね 至	とも 大
発行者	江	草	貞	治
発行所	株式 会社	有	斐	閣

郵便番号 101-0051

東京都千代田区神田神保町2-17

電話 (03) 3264-1315 [編集]

(03) 3265-6811 [営業]

<http://www.yuhikaku.co.jp/>

印刷・株式会社理想社／製本・大口製本印刷株式会社

© 2013, Munetomo Ando. Printed in Japan

落丁・乱丁本はお取替いたします。

★定価はカバーに表示しております。

ISBN 978-4-641-15005-8

JCOPY 本書の無断複写(コピー)は、著作権法上での例外を除き、禁じられています。複写される場合は、そのつど事前に、(社)出版者著作権管理機構(電話03-3513-6969, FAX03-3513-6979, e-mail:info@jcopy.or.jp)の許諾を得てください。